

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022

INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu: MARKETING

2. Nazwa kierunku: Ekonomia

3. Poziom studiów: studia pierwszego stopnia

4. Liczba punktów ECTS: 4

5. Liczba godzin w semestrze

semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
I – zimowy	30	-	30	-	-	-

6. Język wykładowy: polski

7. Wykładowca: dr hab. Jacek Kamiński, prof. PSW – wykład, dr Monika Łęska - laboratorium

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

8. Wymagania wstępne

1. brak

9. Cele przedmiotu

C1 Zapoznanie studentów z podstawową terminologią z zakresu marketingu

C2 Zapoznanie studentów z istotą marketingu w obszarach działalności rynkowej

C3 Wykształcenie umiejętności planowania i realizowania działań rynkowych w obrębie narzędzi marketingowych w środowisku offline i online

10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

Student, który zaliczył przedmiot:

odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się

WIEDZA

EU01 Potrafi zdefiniować podstawowe kategorie pojęciowe w obszarze marketingu.

K_W021

UMIEJĘTNOŚCI

EU02 Potrafi posługiwać się terminologią marketingową do oceny zjawisk rynkowych.

K_U01, K_U12

EU03 Potrafi zidentyfikować istotę działań marketingowych w obszarach działalności rynkowej.

K_U16

EU04 Potrafi planować i realizować działania rynkowe w obrębie narzędzi marketingowych.

K_U04, K_U07, K_U08

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

EU05 Doskonali i wykorzystuje umiejętności interpersonalne w aktywności marketingowej.

K_K06, K_K07, K_K09, K_K10, K_K12

EU06	W działalności marketingowej postępuje zgodnie z zasadami etyki.	K_K04
11. Treści programowe		
Forma zajęć:		
Wykłady:		
1. Istota marketingu (geneza, koncepcje, typy orientacji biznesowej przedsiębiorstw). 2. Otoczenie przedsiębiorstwa (podmiotowe, przedmiotowe) i segmentacja rynku (istota, kryteria, procedura). 3. Narzędzia marketingowe – produkt (struktura, cykl życia , marka). 4. Narzędzia marketingowe – cena (strategie, metody). 5. Narzędzia marketingowe – dystrybucja. 6. Narzędzia marketingowe – promocja (modele, instrumenty). 7. Komunikacja marketingowa w Internecie (mobile marketing, e-mail marketing, SM marketing)		
Laboratoria:		
1. Rynek i jego funkcjonowanie (istota, elementy i formy, mechanizmy rynkowe). 2. Istota i podstawowe założenia marketingu (orientacje przedsiębiorstwa, rynek docelowy, marketing mix w przedsiębiorstwach produkcyjnych i usługowych). 3. Analiza możliwości i zagrożeń działania przedsiębiorstwa. 4. Wybór rynku docelowego (koncepcje, proces segmentacji). 5. Postępowanie konsumentów i e-konsumentów (uwarunkowania, typologie, etapy procesu postępowania). 6. Produkt jako element marketingu. 7. Cena jako element marketingu. 8. Dystrybucja jako element marketingu. 9. Zarządzanie promocją/komunikacją marketingową.		
12. Narzędzia/metody dydaktyczne		
1. aktywności online (symulacja biznesowa REVAS – agencja interaktywna – zarządzanie firmą oraz wybrane aplikacje np.: Fotor, Crello, ,Pictochart, Pixlr) 2. karty pracy 3. case study – rozwiązywanie problemu 4. prezentacja multimedialna 5. film / dyskusja		
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)		
częstkowe – ocenianie ciągłe, prace pisemne, karty pracy		
końcowe – zaliczenie pisemne, egzamin pisemny		
14. Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności	liczba godzin	
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	72	
2. Nakład pracy studenta	28	
suma	100	
liczba punktów ECTS	4	
15. Literatura		
Literatura podstawowa:		
1. Garbarski L. (red), Marketing: koncepcja skutecznych działań, PWE, Warszawa 2011. 2. Armstrong G., Kotler P., Marketing. Wprowadzenie, Wydawnictwo „Nieoczywiste” 2019.		
Literatura uzupełniająca:		
1. Królewski J., Sala P., E-marketing współczesne trendy. Pakiet startowy, PWN, Warszawa 2020. 2. Mazurek G., E-marketing. Planowanie, narzędzia, praktyka., Wydawnictwo Poltext, 2018.		

16. Formy oceny – szczegóły
Ocena końcowa z laboratoriów wystawiana jest na podstawie zaliczenia pisemnego (test praktycznych zastosowań). Ocenę pozytywną można otrzymać wyłącznie pod warunkiem udzielenia 60% poprawnych odpowiedzi z zaliczenia. Dodatkowo do oceny końcowej wliczane są oceny z prac częściowych - prac pisemnych / kart pracy, aktywności (dyskusja/rozwiązywanie problemu) oraz aktywności online. Ocena końcowa z wykładów jest sumą aktywności oraz egzaminu pisemnego (test wyboru i uzupełnień). UZYSKANIE POZYTYWNEJ OCENY Z ĆWICZEŃ JEST WARUNKIEM PRZYSTĄPIENIA DO EGZAMINU Z TREŚCI WYKŁADU.
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji
2. Zajęcia odbywać się będą w PSW w Białej Podlaskiej
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą według uzgodnionego ze studentami terminarza